

Vestlandsforskning-notat nr. 3/2019



# Hyttedeling

*- hvorfor eie, når vi kan dele?*

Torkjel Solbraa

## Vestlandsforskning rapport

<b>Tittel</b> Hyttedeling – hvorfor eie, når vi kan dele?	<b>Notatnummer</b> 3/2019 <b>Dato</b> 06.12.19 <b>Gradering</b> Åpen
<b>Prosjekttittel</b> Framtidas hyttegrender	<b>Tal sider</b> 14 <b>Prosjektnr</b> 6513
<b>Forskar</b> Torkjel Solbraa	<b>Prosjektansvarleg</b> Torkjel Solbraa
<b>Oppdragsgivar</b> Stiv Kuling	<b>Emneord</b> Hytter, delingsøkonomi

### Samandrag

Dette notatet beskriver hvordan hyttemarkedet er i dag, og diskuterer hvordan en utvikling av delingsøkonomien kan påvirke miljømessige, økonomiske og sosiale aspekter ved hytteutviklingen. Hyttedeling vil ofte gi lavere brukskostnader enn å eie en hytte, men i et samfunnsperspektiv er effekten av hyttedeling høyst usikker. Både virkningen på sosial utjevning, miljøpåvirkning og lokal verdiskaping vil være avhengig av den lokale konteksten, utformingen av delingsplattformen og konsumentenes alternativ til å dele.

### Andre publikasjoner frå prosjektet

Walnum, H.J. (2020) Klimavurdering av å bygge mindre hytter. Vestlandsforskningsrapport nr. 3/2020

ISSN: 0804-8835

Pris: 0 kroner

## Forord

Dette notatet er en del av prosjektet Framtidas hyttegrennd. Prosjektleder har vært arkitektkontoret Stiv Kuling. Andre partnere i prosjektet har vært Asplan Viak, Ingeniørkontoret Per Berteig AS, Ja-Tak Kaupanger, Sogn Næring. Prosjektet er finansiert av Fjellsatsingen i Oppland fylkeskommunen, Sogn Næring og hytteutviklere i Hodlekve og på Turtagrø.

Sogndal 9.12.19

Torkjel Solbraa

## Innhold

Forord.....	3
Introduksjon.....	5
Hyttemarkedet.....	5
Hvem er hyttekjøperen?.....	5
Prisnivået i hyttemarkedet.....	6
Utviklingstrekk i hyttemarkedet.....	7
Hyttedeling.....	7
Hva er delingsøkonomi?.....	7
Mulige effekter av hyttedeling.....	8
Brukskostnader.....	8
Sosial utjevning.....	9
Arealforstrykk.....	9
Lokal verdiskaping.....	10
Familizære relasjoner.....	10
Endrede ferievener.....	11
Er markedet klar for hyttedeling?.....	11
Litteraturliste.....	13

## Introduksjon

Dette notatet er en del av prosjektet Framtidens hyttegrennd. Under ledelse av arkitektkontoret Stiv Kuling har prosjektet utviklet et hyttekonsept der grunntanken er å føre hytteutviklingen i en mer bærekraftig retning ved å bygge hytter som er mindre arealkrevende. Dette notatet må regnes som et bidrag til en diskusjon om hyttedeling som et alternativ til privat eierskap kan gjøre hytteutviklinga mer bærekraftig. Ettersom det er gjort lite forskning på privat hyttedeling, baserer notatet seg i hovedsak på kunnskap om hyttemarkedet og kjennetegn ved delingsøkonomien generelt og overnatting spesielt. Notatet nyanserer et av prosjektets grunntanker om at delingsøkonomi kan føre til mer økonomisk, sosial og miljømessig bærekraftig hytteutvikling.

## Hyttemarkedet

### Hvem er hyttekjøperen?

Statistisk sentralbyrå (2016) sin gjennomgang av hyttekjøpere i 2013 viser at av 23 000 eierskifter i fritidsboligmarkedet ble ca. halvparten av fritidsboligene solgt på det frie markedet. Resterende eierskifter var i stor grad familieoverdragelser. Alderen på nye eiere ved familieoverdragelsene var høy. Halvparten var mellom 40 og 60 år, mens 40% var over 60 år. Hovedårsaken er at nesten halvparten av hyttene ble overdratt til nye eiere i forbindelse med at tidligere eiere døde. I det frie markedet var 22% av hyttekjøperne under 40 år, 62% var mellom 40 og 60 år, mens bare 16% var over 60 år. Med andre ord er andelen under 40 år som kjøper hytter i det frie markedet høyere enn ved familieoverdragelser. Likevel er det flest eldre som eier hytter. Tall fra Ipsos (2018) viser at mens det er de over 45 år som ofte eier hyttene, er det særlig de under 45 år som har fri tilgang til hytter. Omtrent halvparten av respondentene eier eller har fri tilgang til hytter i undersøkelsen til Ipsos, noe som stemmer godt overens med tall fra andre undersøkelser som indikerer at omtrent halvparten av Norges befolkning har tilgang til en hytte.

Tall fra Statistisk sentralbyrå (2016) viser at de fleste kjøperne i det frie markedet kommer fra hushold med flere personer. Omtrent 37% kom fra hushold med to personer, mens 13% bodde alene. Omtrent 25% av kjøperne kom fra hushold med 4 personer. Over halvparten av kjøperne var ektepar eller samboere som kjøpte hytta sammen og noen hytter ble også kjøpt av personer som ikke hørte til i samme hushold. Menn stod for 54% av kjøpene, mens kvinner stod for 46%. Seks av ti hytteeiere i Norge er menn. Ifølge Statistisk sentralbyrå (2017) er hele 97,5% av hyttene i Norge eid av nordmenn, og av disse eierne har 6,9% annen landbakgrunn. I hovedsak kommer eiere med annen landbakgrunn fra typiske adoptivland, mens bare 1,7% har innvandrerbakgrunn. De fleste hyttekjøperne i fjellkommunene er ifølge Arnesen og Teigen (2019) ikke lokale. Hele 8 av 10 hytteeiere bor utenfor fjellområdet, i hovedsak i og rundt de store byene langs kysten.

Ifølge Statistisk sentralbyrå (2016) var den samla inntekten i hyttekjøpere sin husholdning 843 000 kr i median i 2013, noe som var betydelig høyere enn medianen for alle husholdninger i Norge på 465 000 kr. Over 35% av hyttekjøperne hadde husholdningsinntekt etter skatt på over 1 million kr, mens tilsvarende andel for alle norske husholdninger er 8%. Samtidig hadde 15% av husholdningene som kjøpte hytte i 2013 en samla inntekt på under 500 000 kr etter skatt.

Også median for nettoformue var høyere for hushold som kjøpte hytte enn landsmedianen. Mens hyttekjøpere hadde netto husholdningsformue på over 1,9 millioner kr var medianen for alle norske hushold 1,2 millioner. Samtidig hadde 25% av husholdningene som kjøpte hytte en nettoformue under 250 000 kr. Generelt hadde et flertall av hyttekjøperne høyere utdanning, men blant kjøperne under 40 år var det nokså liten forskjell på utdanningsnivå. Hovedårsaken til dette er at flertallet av

hyttekjøpere under 29 år ikke hadde høyere utdanning. Til sammenligning hadde over dobbelt så mange av kjøperne over 67 år høyere utdanning.

I følge Rye (2012) er det få land utenom andre nordiske land som har et like allment utbredt eierskap i hytter som Norge. Likevel er det elementer av sosial urettferdighet, ressurstilgang og sosial identitet som nyanserer den folkelige karakteren til det norske hyttefenomenet. Støa og Manum (2013) viser til at jo høyere bruttoinntekt en husholdning har, jo høyere er andelen som disponerer hytte og jo høyere er verdien på hytta. Det er fortsatt slik at den overrepresenterte hytteeieren er middelaldrende og høyt utdanna, med høy inntekt. Tall fra Ipsos (2018) viser at blant de som ikke har planer om å kjøpe hytte de neste to årene er det særlig de under 45 år som lar være å kjøpe fordi de ikke har råd. Det er også særlig de under 45 år som lar være å kjøpe hytte fordi de har tilgang til en annen hytte. De over 50 som ikke har planer om å kjøpe hytte vil heller bruke pengene på ulike typer reise.

### Prisnivået i hyttemarkedet

Veksten i nye fritidsboliger har vært omtrent lineær i fjellkommuner og tilleggende fjellkommuner med vel 3500 nye enheter i året siden slutten av 1980-tallet (Arnesen og Teigen 2019). I perioden 2014-2017 ble det solgt omtrent 25 000 fjellhytter i det åpne markedet. Gjennomsnittsprisen for hytter i fjellhyttekommunene<sup>1</sup> var ifølge Statistisk sentralbyrå (2018) 1,7 millioner kr. Det er relativt liten forskjell på gjennomsnittsprisene for hytter på festegrund og hytter med egen tomt. Hytter på festegrund lå i snitt på 1,6 millioner kr, mens hytter med egen tomt lå på 1,8 millioner kr. Det er derimot store forskjeller på prisnivået mellom ulike fjellhyttekommuner. For eksempel har Hol og Øyer de høyeste prisnivåene for fjellhytter i landet med henholdsvis 3 millioner kr og 2,8 millioner kr i gjennomsnitt, mens hytteprisene halveres i nabokommunene. Den største andelen av fjellhytter i Norge ble solgt for under 1 million kr i perioden 2014-2017.



Figur 1 Tall fra Statistisk sentralbyrå (2018)

Ifølge tall fra Eiendom Norge (2019) lå gjennomsnittsprisen for fritidsboliger i fjellet på 1,875 millioner kr i perioden februar 2018 til januar 2019. En rask sammenstilling av prisnivået på fjellhytter mellom 55 og 65 kvm i boareal som ligger ute på finn.no per 20.11.19 viser en gjennomsnittspris på 1,8 millioner kr. Det er derimot stor forskjell på nye/prosjekterte og eldre hytter. Mens nye/prosjekterte hytter har en snittpris på 2,7 millioner kr, har eldre hytter en snittpris på 1,6 millioner kr. DNB Eiendom

<sup>1</sup> Fjellhyttekommuner er kommuner med over halvparten av arealet over produktiv skoggrense eller kommuner med et visst omfang av hytter i høyreliggende områder (Statistisk sentralbyrå 2019).

(2019) peker på at nybygde hytter på store destinasjoner med kort avstand til byene presser markedsprisene oppover til tross for at etterspørselen holder seg stabil.

### Utviklingstrekk i hyttemarkedet

Hovedtendensene i fritidsboligutviklingen på begynnelsen av 2000-tallet var økt størrelse på fritidsbyggene, flere bygg i grensa mellom skog og fjell, mindre arealbruk per hyttetomt, flere hyttefelt konsentrert til enkeltsteder/-områder og flere tettbygde fritidsbyggområder (Overvåg 2007). De tettbygde fritidsbyggområdene karakteriseres av at fritidsboligene har mindre enn 75 meter til nærmeste nabo, at områdene er sterkt preget av utbygging og inngrep og at infrastrukturen er relativt god med godt utviklede tilbud til beboerne. Mye av utviklingen som Overvåg skildrer har fortsatt etter 2007. Antallet fritidsboliger har vokst med 10% fra 2008 til 2018. I følge Statistisk sentralbyrå (2018) har både tallet på nybygg og størrelsen på nybygga økt gradvis i Norge siden 80-tallet. Tall fra Statistisk Sentralbyrå<sup>2</sup> viser derimot at veksten i nybygg har stagnert litt etter 2015 og at størrelsen på byggene har stabilisert seg på rundt 90kvm etter en topp på over 100 kvm i 2010. I følge Statistisk sentralbyrå (2018) vil snart halvparten av alle fritidsbygg ligge i tettbygde fritidsbyggområder. Over 75% av nybygg lå i slike områder i 2016 og 2017, og det var størst byggeaktivitet i områder med over 50 fritidsboliger. Den klare trenden i hyttemarkedet går med andre ord i retning tettere hyttebygging med omfattende infrastruktur, mens det ser ut som veksten i hyttestørrelse har stagnert.

Undersøkelser som DNB Eiendom har gjort viser en stabil interesse for å kjøpe hytte i fjellet. Omtrent 5% av respondentene planlegger å kjøpe hytte i løpet av 1-2 år i undersøkelser som DNB Eiendom har gjennomført hvert år fram 2014 til 2018 (Ipsos 2018). I følge Arnesen og Teigen (2019) vil tilgangen på areal og bygg ikke være begrensende for at hytteveksten fortsetter i dagens tempo. De ser heller ikke noe tegn til en etterspørselssvikt i fritidsboligmarkedet i nær framtid.

## Hyttedeling

### Hva er delingsøkonomi?

NOU 2017:4 (2017) definerer delingsøkonomi som:

*«... økonomisk aktivitet som formidles gjennom digitale plattformer som legger til rette for ytelse eller utveksling av tjenester og kompetanse, eiendeler og eiendom, ressurser eller kapital, uten å overføre eierrettigheter og i hovedsak mellom privatpersoner.» (NOU 2017)*

Mennesker har delt i alle tider, men mye av denne deling har skjedd innad i vår nærmeste krets av venner og familie. Delingsplattformer legger derimot til rette for deling med fremmede, noe som innebærer en høyere grad av risiko (Frenken og Schor 2017). Delingsplattformene er tredjeparten som legger til rette for tjeneste- og utleietransaksjoner med fremmede uten at eierrettigheter blir overført. På den måten muliggjør delingsplattformen økt bruk av underutnyttede ressurser. Delingsplattformene gjør det også lettere for tilbydere og etterspørrere å finne hverandre, og bidrar til at konsumentene får flere valgmuligheter. Ved hjelp av god, sammenlignbar informasjonstilgang, trygge betalingsløsninger og tilbakemeldingssystem som omfatter tilbyder- og kundeomtaler skapes det tillit mellom partene. Alt dette bidrar til å redusere risiko og transaksjonskostnader.

Det varierer i hvilken grad delingsplattformene har kontroll over produksjonene de formidler, men som regel eier ikke plattformene produksjonsmidlene eller tjenesteleveransen (NOU 2017). Forretningsmodellen til digitale delingsplattformer er å ta en andel av transaksjonene i form av tjenestegebyr (NOU 2017). Dette kan gjøres på flere måter, for eksempel ved at plattformen tar en prosentsats av transaksjonen mellom utleier og leier, at plattformen tar et medlemsgebyr eller at plattformen tar et verifiseringsgebyr av medlemmene.

---

<sup>2</sup><https://www.ssb.no/statbank/table/06952/>

Deling av overnatting kan skje både kommersielt og ikke-kommersielt. Couchsurfing er eksempel på en interaksjon mellom personer der deling skjer ut ifra ikke-økonomiske motiv, men der plattformene kan være både profitt og ikke-profittbaserte. AirBnB er eksempel på en økonomisk motivert deling der leie-interaksjonen mellom personer er profittbasert ved at både plattformen og utleier tjener penger. Boligbytte er eksempel på en interaksjon der delingen skjer gjennom ikke-økonomiske gjenytelser på samme eller seinere tidspunkt (Voytenko Palgan, Zvolkska et al. 2017). Verken privat kjøp og salg av brukte varer mellom personer, utleie av varer mellom bedrifter og personer eller salg av personlige tjenester på etterspørsel kan regnes som delingsøkonomi ifølge Frenken og Schor (2017).

Hyttedelingen i Norge i dag skjer primært som en leie-interaksjon, der hytteeierne profitterer på utleie av hytter til andre personer gjennom plattformer som Airbnb eller Finn.no. Per 27.11.19 lå det 306 hytter til utleie på Airbnb og over 2000 private hytter til utleie på Finn.no. Delingsøkonomien innen overnatting i Norge omsatte for rundt 1,7% av hotellenes losjinntekter i 2015 ifølge NOU (2017). NOU'en forventet at veksten og markedsandelen ville øke i årene framover. Tall som Capia (2019) har utarbeidet for NHO Reiseliv viste en vekst på 45% i solgte romdøgn på AirBnB fra 2017 til 2018, mens hotellene hadde en vekst på 2% i samme periode.

Selv om Airbnb og Finn.no er de mest vanlige plattformene for hyttedeling i dag, kan det tenkes at hyttedelingen vil skje på andre måter i framtiden. Og en del av de profittbaserte plattformene vil helt sikkert ligge i grenseland mellom deling og utleie. Dersom vi skal følge Frenken og Schor (2017) sin forståelse kan verken privat kjøp og salg av hytter mellom personer, utleie av hytter mellom bedrifter og personer eller salg av sengeplasser på etterspørsel regnes som delingsøkonomi. Hvis vi ser utover disse eksemplene kan hyttedeling skje på ulike måter:

- Profittbasert hyttedeling der privatpersoner leier ut hytta til andre privatpersoner via delingsplattformer.
- Ikke-profittbasert hyttedeling der privatpersoner låner ut hytter eller hyttesenger til andre privatpersoner via delingsplattformer.
- Gjenytelsesbasert hyttedeling der privatpersoner bytter hytter mellom seg via delingsplattformer.
- Ikke-profittbasert hyttedeling der privatpersoner får tilgang til et utvalg hytter via medlemskap på delingsplattformer.
- Profittbasert hyttedeling der privatpersoner får tilgang til et utvalg hytter via medlemskap på delingsplattformer.
- Ikke-profittbasert hyttedeling der privatpersoner uten familiære forbindelser går sammen om å dele eierskapet til en eller flere hytter.

### Mulige effekter av hyttedeling

Det finnes både økonomiske, miljømessige og sosiale aspekt ved hyttedeling som kan gjøre det til et alternativ til tradisjonelt eierskap i hyttemarkedet. I den videre gjennomgangen må det likevel understrekes at de økonomiske, miljømessige og sosiale effektene av delingsøkonomi i stor grad fortsatt er ukjente (Frenken og Schor 2017). De faktiske effektene av økt hyttedeling er høyst usikre, og teksten må leses i lys av dette.

### Brukskostnader

Forbrukerargumentet for hyttedeling er at det kan gi lavere kostnader for hyttebrukerne siden de slipper kjøpskostnader og årlige kostnader som følger med tradisjonelt eierskap. Både forskere og medier har forsøkt å beregne hva det koster å eie en hytte (Farstad, Rye et al. 2008, E24 2013, NRK 2018). Kostnadsanslagene varierer mellom 50 000 kr og 150 000 kr per år og blir påvirket av en rekke faktorer som rentekostnader på lån, skatter og avgifter, forsikring, vedlikeholdskostnader og forbruk knyttet til hytteoppholdet. Kostnadene avhenger ikke minst av den geografiske plasseringen og



egenskapene til hytta og demografien til hyttebrukerne (se f.eks. Farstad og Dybedal 2011). Å trekke noe felles slutning om hva det koster å eie en hytte kontra å dele en hytte blir derfor vanskelig. Men dersom vi antar at kostnaden ved å dele en hytte hadde ligget på omtrent samme døgnpris som en tilsvarende utleiehytte på Finn.no, skal det et relativt høyt antall bruksdøgn til før et eierskap lønner seg økonomisk.

### **Sosial utjevning**

Hyttedeling kan derfor også potensielt bidra til sosial utjevning i hyttemarkedet ettersom lavere brukerkostnader kan gi flere befolkningsgrupper tilgang på hytter. Ikke minst gjelder dette befolkningsgrupper som ikke har råd til å kjøpe hytte. Delingsøkonomien kan også myndiggjøre folk og bygge en sosial bevegelse for deling og samarbeid. Styrking gjennom kooperativeide plattformer der brukerne får ansvar for verdiene de er med på å skape er et eksempel på dette. Delingsøkonomien er også framstilt som mer åpen, inklusiv og demokratisk enn tradisjonell økonomi. Mer tillit mellom fremmede og forbedret sosial kapital og samhørighet kan være et resultat (Voytenko Palgan, Zvolkska et al. 2017). Det er imidlertid flere aspekter ved delingsøkonomien som kompliserer bildet. For eksempel er det mange som kritiserer delingsplattformene for å maksimere profitt og å unngå reguleringer, i stedet for å konsentrere seg om verdimeslige og bærekraftige virkninger av å dele (Frenken 2017). Det er for eksempel bekymring for at delingsøkonomien skaper uregulerte arbeidsforhold med lave lønninger og få rettigheter (Voytenko Palgan, Zvolkska et al. 2017). Person-til-person interaksjonen i delingsøkonomien kan også føre til økt diskriminering. Det er indikasjoner på ekskludering av handelspartnere eller samarbeidspartnere i delingsøkonomien (Frenken og Schor 2017).

Tall fra Eiendom Norge (2019) viser at det er en relativt stor tilgang på hytter med kjøpesum under 1 million kroner i Norge, men et fellestrekk for mange av disse hyttene er at de er eldre, enkle hytter som ofte ligger i mindre populære hytteområder. Som i det frie kjøpemarkedet er det derfor sannsynlig at også hyttedelingsmarkedet vil variere i tilbud og pris ut ifra geografisk plassering og egenskaper til hyttene. Et hyttedelingstilbud bestående av moderne hytter i de mer populære og bynære skidestinasjonene kan få en helt annen etterspørsel og pris enn hyttedelingstilbud i mindre populære områder. Så lenge delingsøkonomien følger markedsprismekanismene er det derfor lite sannsynlig at hyttedeling fjerner sosiale ulikheter i hyttemarkedet. Selv om hyttedeling kan gi større deler av befolkningen tilgang på hytter vil inntekt og velstand bli ujevnt fordelt også i delingsøkonomien. Tilbydersiden bestående av delingsplattformer og folk med verdifulle eiendeler vil tjene mest (Frenken og Schor 2017).

### **Arealfotavtrykk**

Satsing på hyttedeling kan også ha et miljøaspekt siden arealbeslag fra hyttebygging truer natur- og kulturverdier, biologisk mangfold og sårbarheten for klimaendringer. Moderne hyttebygging påvirker omgivelsene mer enn tidligere hyttebygging på grunn av høyere standard og større inngrep knyttet til vei, parkering, vann/avløp og strøm (Skjeggedal, Overvåg et al. 2009). Riksrevisjonen (2007) problematiserer dessuten at vedvarende hyttebygging truer store og sammenhengende naturområder og villreinområder. Solbraa, Hepsø et al. (2019) påpeker at framtidige klimaendringer kan føre til en mer intensiv kamp om utmarksarealene og at dette trolig vil tvinge fram en ytterligere fortetting i eksisterende hytteområder i framtiden framfor utbygging av nye hytteområder. Siden en viktig egenskap ved delingsøkonomien er bedre ressursutnyttelse, ligger det derfor en mulig miljøgevinst i satsing på hyttedeling. Men da må hyttedeling være et reelt alternativ til å kjøpe hytte, slik at det blir bygd færre nye hytter og at utbyggingspresset dempes. De miljømessige effektene kan dessuten begrenses av økt etterspørsel som følge av lavere pris og ulike reboundeffekter (Frenken 2017). Dersom brukerne kommer fra befolkningsgrupper som uansett ikke hadde kjøpt hytte kan hyttedeling komme på toppen av kjøpemarkedet og heller forsterke utbyggingspresset enn å forminske det. Det kan med andre ord oppstå motsetninger mellom hyttedeling som har til hensikt å rette opp sosiale ujevnheter og hyttedeling som har til hensikt å redusere arealfotavtrykket.

### Lokal verdiskaping

De direkte økonomiske effektene av delingsøkonomien er ifølge Frenken og Schor (2017) udiskutable og gunstige for begge parter. Den viktigste økonomiske nytten fra deling er antatt å være kostnadsbesparelser for brukeren, inntekten for tilbyderen og profitten til operatørene av plattformene. Plattformene kan gjøre tilbyderne til mikro-entreprenører og skape økonomiske effekter på makronivå ved at det skapes nye jobber, både direkte på plattformene og indirekte blant vertskap, reingjøringspersonal etc. (Voytenko Palgan, Zvolkska et al. 2017). Men Frenken og Schor (2017) påpeker samtidig at den fulle økonomiske effekten er mer kompleks siden delingsmarkeder indirekte kan påvirke andre markeder. Det kan også oppstå eksterne virkninger som at en tredjepart taper på at to andre parter gjennomfører en transaksjon.

Arnesen og Teigen (2019) deler den lokale verdiskapingen fra hyttemarkedet inn i primærmarked og ettermarked. Primærmarkedet omfatter bygging av nye fritidsboliger, mens ettermarkedet omfatter bruk av fritidsboliger, inklusive vedlikehold og påkostninger på hyttene. Siden hytteutbygginger i større grad skjer som feltutbygginger med store krav til kapasitet og kapital er det ifølge Arnesen og Teigen (2019) en klar utvikling siden 2000-tallet at store byggefirma har overtatt primærmarkedet på bekostning av de mindre lokale entreprenørene. Bortsett fra utvalgte arbeider knyttet til installasjoner og grunnarbeider skjer derfor mye av den lokale verdiskapingen i ettermarkedet, i hovedsak som vedlikehold og påkostninger på hyttene. Arnesen og Teigen (2019) argumenterer for at hyttetomter ikke bør utnyttes maksimalt ved bygging, men heller at det bør legges opp til seinere påbygg og utvidelser som lokalt næringsliv kan få inntekter fra. Et jevnt tilsig av nye hytter på relativt store tomter er gunstig for ettermarkedet. Dersom hyttedeling fører til færre nybygg kan det påvirke den lokale verdiskapingen i ettermarkedet negativt. Delingen kan også bli en reell konkurrent til andre overnattingstilbud som mulig har større lokaløkonomisk ringvirkninger enn inntektene fra hyttedeling. Mer intensiv bruksfrekvens som følge av hyttedeling kan på den andre siden øke den lokale verdiskapingen fra hytteforbruket, men det krever at hytteområdet har et godt utviklet, lokalt vare- og tjenestetilbud. Det er med andre ord ingen selvfølge at økt hyttedeling fører til mer lokal verdiskaping. En rekke faktorer knyttet til sammensetningen av lokalt næringsliv og størrelsen på primær- og ettermarkedet spiller inn.

### Familiære relasjoner

Hyttedeling kan utfordre den tradisjonelle norske oppfatningen av familiehytta. Lien og Abram (2018) skriver at de aller fleste hytter bærer et sterkt nærvær av slekt og familie, både gjennom følelse av tilhørighet og behov for videreføring. Hyttene spiller en viktig rolle i artikuleringen, vedlikeholdet og bekreftelsen av slektskap og familierelasjoner, og er på godt og vondt så mye mer enn et sted å koble av i ferie og helger (Lien og Abram 2018). Dette påvirker hvordan hyttene brukes og videreføres mellom familiemedlemmer. Mens noen ser på felleseie i familien som viktig for å ivareta familiære relasjoner, ser andre på felleseie som en garanti for familiekrangler (Abram 2014). I undersøkelsen til DNB Eiendom (Ipsos 2018) svarer nesten 40% at et samlingssted for familien er grunnen til at de ønsker å eie en hytte, mens bare 13% svarer at de har vært i konflikt med andre deleiere om hytta. Familiære relasjoner blir derfor primært et argument mot hyttedeling som alternativ til den tradisjonelle familiehytta. Hyttedeling vil trolig ikke gi brukerne den samme muligheten til å kjenne på familiære tilhørighets- og videreføringsbånd som ved en eid hytte. Likevel blir familiehytta allerede utfordret av den moderne hyttebyggingen ifølge Arnesen og Teigen (2019). Siden hyttefeltene blir mer og mer konsentrerte og hyttene blir vanskeligere å bygge på skaper det en midlertidighet som skiller seg fra den tradisjonelle generasjonshytta. Konsekvensen er at hytter i større grad blir solgt og kjøpt når familier vokser eller får bedre råd. Som en konsekvens forsvinner generasjonsperspektivet, og hyttene blir i mindre grad sett på som arveobjekter og livsprosjekt. Tall fra DNB Eiendom (Ipsos 2018) viser at 10% av hytteeierne vurderte å selge hytta i løpet av de neste to årene.

Et annet aspekt som både taler for mer salg og kjøp av hytter og mer deling av hytter er utfordringene med overføring av eierskap mellom generasjoner. Som følge av hytteboomen på 1960- og 70-tallet forventer de svenske forskerne Lagerqvist, Pers et al. (2014) en periode med endringer i bruk og eierskap av hytter i Sverige. Resultatet kan bli fragmentert eierskap, juridiske konflikter, brukskonflikter og uenighet om administrering, vedlikehold eller salg av eiendommer. De mange likhetene mellom norsk og svensk hytteliv gjør dette også til en relevant problemstilling i Norge. De som vokser opp med både delingsøkonomi og økende grad av familiekonflikter på hytta er kanskje mer åpne for hyttedeling som et reelt alternativ til hytteeierskap?

### Endrede ferievaner

Oppholdene på hytta blir kortere og hyppigere (Berker og Gansmo 2011). Den høye mobiliteten knyttet til hytteopphold blir stimulert av teknologi som gir kortere avstander, kortere tidsbruk og relasjoner over lange avstander (Skjeggedal, Overvåg et al. 2009, Hidle og Ellingsen 2011). Turiststrømmene vil også kunne endre seg i framtida på grunn av klimaendringer (Aall, Aamaas et al. 2018). Dersom ferievanene bli mer kortreiste og klimavennlige kan dette påvirke etterspørselen etter hytteopphold (Solbraa, Hepsø et al. 2019). Med større andel ferieopphold i hjemlandet kan hyttedeling tilby en variasjon i hytteoppholdene som et tradisjonelt hytteeierskap ikke kan tilby. Hyttedeling kan også tilby en geografisk fleksibilitet som låste hytteeierskap ikke kan tilby og en umiddelbar tilgjengelighet som tradisjonelle utleiehytter ikke kan tilby. Både geografisk fleksibilitet og umiddelbar tilgjengelighet kan bli ytterligere aktualisert dersom ustabile væertyper fører til mer impulsive ferievaner med kortere tidshorison. Av de som ønsker å eie hytter svarer nesten halvparten i undersøkelsen til DNB Eiendom (Ipsos 2018) at hovedgrunnen til å eie egen hytte er å slippe å pakke for å dra på tur. Hyttedeling kan i liten grad tilby det samme.

Ut ifra et miljøståsted er det likevel verdt å poengtere at hyttedelingen må bli et substitutt for mer klimafiendtlige reisevaner dersom delingsøkonomien skal bidra til en reduksjon i klimautslipp. En undersøkelse av Iversen, Hem et al. (2017) indikerer at delingsproduktene i liten grad er ansett som substitutt for å eie blant norske forbrukere. Det er faktisk en bekymring for at lavere priser eller gratis deling hos konsumenten og økte inntekter for tilbyderen kan føre til en motsatt miljøeffekt gjennom økt konsum, mellom annet fordi enda flere får råd til å bo/reise (Voytenko Palgan, Zvolkska et al. 2017). Dersom hyttedelingen kommer som et tillegg til eksisterende reisevaner vil hyttedelingen bidra til å forverre klimautslippene fra ferie- og fritidsreiser.

## Er markedet klar for hyttedeling?

Iversen, Hem et al. (2017) sin undersøkelse på forbrukeres vurderinger og preferanser i forhold til ulike delings- og formidlingsprodukt indikerer et lavt erfaringsgrunnlag blant forbrukere i Norge. Ikke overraskende har yngre mer kunnskap og erfaring enn eldre. Forbrukere i Oslo er mer positive enn forbrukere i andre deler av landet, og kvinner er mer positive enn menn. Den viktigste driveren for å ta del i delingsproduktene er tillit mellom aktørene i delingssituasjonen. Selv om forbrukerne sin holdning til delingstjenester generelt er positiv, er intensjonen deres om å ta i bruk delingstjenestene lavere, ikke minst som et substitutt for å eie. Vi kjenner ikke til at det er gjennomført nasjonale undersøkelser på holdninger til hyttedeling utover DNB Nor sin Eiendomspuls-undersøkelse (Ipsos 2018). Den viste at over halvparten av respondentene var villige til å spleise med familie eller venner for å kjøpe en hytte. Undersøkelsen viste også at andelen som er negative til spleising har sunket gradvis fra 56% i 2013 til 36 % i 2018 og at det var særlig yngre personer og menn som stilte seg positive til å spleise. Av de som eier hytte eller ønsker å eie hytte svarte ca. 30% at de leide ut eller kunne tenke seg å leie ut. Selv om kortidsutleie var mest aktuelt blant respondentene (21%) var det bare 3% som allerede gjorde det. Ca. 60% av respondentene var ikke interessert i å leie ut hytten sin. Hovedårsakene til dette var at de ikke trengte pengene, at de ikke ønsket at fremmede skulle bruke tingene deres, eller at det var for mye jobb knyttet til utleie. Undersøkelsen til DNB Nor gir ikke et grundig og

altomfattende svar på om markedet er klar for hyttedeling. Men det gir en indikasjon på at det kan finnes muligheter for å utvikle hyttedeling videre fra dagens person-til-person utleie på Airbnb og Finn.no. Trolig stiller markedet seg mer positiv til dette i dag enn for bare fem år siden, men markedsundersøkelse og næringsanalyse er nødvendig for å kunne vurdere det reelle potensialet i de enkelte hytteområdene.

Som dette notatet problematiserer, må man holde tunga rett i munnen dersom intensjonen med hyttedelingen er å få til en mer bærekraftig hytteutvikling. For det første er hyttedeling ingen garantist for en sosial utjevning i hyttemarkedet, både på grunn av prismekanismene i det åpne markedet, et uregulert arbeidsmarked og en inntektsakkumulering hos den allerede ressurssterke tilbydersiden. For det andre vil hyttedeling bare kunne ha en miljømessig positiv effekt på arealbruk og klimautslipp dersom det blir substitutt for verre alternativ, som for eksempel at brukerne eier hver sin hytte eller at de flyr langt på ferie. Dersom hyttedeling kommer på toppen av et uendret hytte- og feriemarked, vil hyttedeling i realiteten belaste og ikke avlaste natur og klima. For det tredje er lokal verdiskaping fra hyttedeling avhengig av en lokal næringsstruktur som kan utnytte forbruksøkningen som kommer med flere bruksdøgn per hytte. Hytteområder som ikke kan tilby et godt vare- og servicetilbud vil verken klare å utnytte forbruksøkningen eller kompensere for eventuell nedgang i primærmarkedet. For det fjerde må hyttedeling være et reelt alternativ til å eie hytte dersom det skal bidra til en mer bærekraftig hytteutvikling. For å få til dette må hyttedeling tilby det samme som det en familieeid hytte kan tilby av fleksibilitet i tid, komfortgaranti, bekymringsløs bruk og tillitsfulle interaksjoner. I tillegg må trolig delingsplattformene tilby en diversitet i hytter og et mangfold av hytteområder som en selveid hytte ikke kan tilby.

## Litteraturliste

Aall, C., et al. (2018). Oppdatering av kunnskap om konsekvenser av klimaendringer i Norge. Report 2018:14, CICERO - Center for International Climate Research.

Abram, S. (2014). "Values of property (properties of value): capitalization of kinship in Norway." Journal of Tourism and Cultural Change **12**(3): 253-266.

Arnesen, T. og H. Teigen (2019). Fritidsboliger som vekstimpuls i fjellområdet. Skriftserien 21 - 2019, Østlandsforskning.

Berker, T. og H. J. Gansmo (2011). Bærekraftig urbanisering? Endringer i den norske hyttekulturen. Den norske hytta. må det gode hytteliv vike for bærekraftig utvikling? H. J. Gansmo, T. Berker og F. A. Jørgensen, Tapir Akademiske Forlag: 165-177.

Capia (2019). "Romdøgn for AirBnB og Hotell i Norge - 2018." from [https://www.nhoreiseliv.no/contentassets/c55367fac9c84a08bc9b370aebd9698a/capia\\_airbnb\\_hotell\\_norge2018.pdf](https://www.nhoreiseliv.no/contentassets/c55367fac9c84a08bc9b370aebd9698a/capia_airbnb_hotell_norge2018.pdf).

DNB Eiendom (2019). "Tror på videre prisvekst i fjellet - men ikke overalt." from <https://dnbeiendom.no/altombolig/hytte/fritidsboligmarkedet/fjellhyttene-opp-i-pris-2018>.

E24 (2013). "Se hvor mye alternativ ferie du kan få: Så mye koster hytta i døgnpris." from <https://e24.no/privatoekonomi/i/2Go4k4/se-hvor-mye-alternativ-ferie-du-kan-faa-saa-mye-koster-hytta-i-doenpris>.

Eiendom Norge (2019). Eiendom Norges fritidsboligprisstatistikk. Fjellhytter. Februar 2018 - Januar 2019.

Farstad, E. og P. Dybedal (2011). Nasjonal fritidsboligundersøkelse 2008 TOURIMPACT rapport nr. 4, Transportøkonomisk institutt.

Farstad, M., et al. (2008). Fritidsboligfenomenet i Norge - Fagnotat om utvikling i bruk av fritidsboliger, utarbeidet på oppdrag fra Kommunal- og regionaldepartementet, Norsk senter for bygdeforskning.

Frenken, K. (2017). "Sustainability perspectives on the sharing economy." Environmental Innovation and Societal Transitions **23**: 1-2.

Frenken, K. og J. Schor (2017). "Putting the sharing economy into perspective." Environmental Innovation and Societal Transitions **23**: 3-10.

Hidle, K. og W. Ellingsen (2011). Hyttemobilitet som kulturfenomen. Den norske hytta. Må det gode hytteliv vike for bærekraftig utvikling? H. J. Gansmo, T. Berker og F. A. Jørgensen, Tapir Akademiske Forlag: 91-105.

Ipsos (2018). Eiendompuls, DNB.

Iversen, N. M., et al. (2017). Delings- og formidlingsøkonomi: Muligheter og utfordringer, Samfunns- og næringslivsforskning AS,.

Lagerqvist, M., et al. (2014). The more, the merrier? Experiences of shared usage and generational intersections at second homes in Sweden. IGU Conference on New Perspectives On Second Homes. Skeviks gård, Stockholm, Norway.

Lien, M. E. og S. Abram (2018). "Hvem skal arve hytta? Slektskapsprosesser, familierelasjoner og "avskilting"." Norsk antropologisk tidsskrift **29**(1-2): 26-41.

NOU 2017:4 (2017). Delingsøkonomien - muligheter og utfordringer. Finansdepartementet.

NRK (2018). "Dette koster det å eie hytte i året." from <https://www.nrk.no/livsstil/dette-koster-det-a-eie-hytte-i-aret-1.14185255>.

Overvåg, K. (2007). "Fritidsboliger i omlandene til Oslo, Trondheim og Tromsø. Lokalisering og arealbruk." Utmark(1/2007).

Riksrevisjonen (2007). Riksrevisjonens undersøkelse av bærekraftig arealplanlegging og arealdisponering i Norge 2006-2007.

Rye, J. F. (2012). "En egalitær norsk hyttetradisjon." Utmark(2).

Skjeggedal, T., et al. (2009). "Hytteliv i endring." Plan(6/2009): 42-49.

Solbraa, T., et al. (2019). Klimasårbarheit i hyttenæringa i Oppland, Vestlandsforskning.

Statistisk sentralbyrå (2016). "Kven kjøper fritidseigedom? Mange drøymmer om hytte - kven gjer draum til røyndom? ." from <https://www.ssb.no/bygg-bolig-og-eiendom/artikler-og-publikasjoner/mange-droymer-om-hytte-kven-gjer-draum-til-royndom>.

Statistisk sentralbyrå (2017). "Ingen svensk hytteriviera i Norge. Nesten alle hytter på norske hender." from <https://www.ssb.no/bygg-bolig-og-eiendom/artikler-og-publikasjoner/nesten-alle-hytter-pa-norske-hender>.

Statistisk sentralbyrå (2018). "Hol og Øyer har landets dyreste fjellhytter." from <https://www.ssb.no/bygg-bolig-og-eiendom/artikler-og-publikasjoner/hol-og-oyer-har-landets-dyreste-fjellhytter>.

Statistisk sentralbyrå (2018). "Tettere hyttebygging." from <https://www.ssb.no/natur-og-miljo/artikler-og-publikasjoner/tettere-hyttebygging>.

Støa, E. og B. Manum (2013). Friluftsliv og berekraft en del av problemet eller en del av løsningen? Dokumentasjonsrapport case 2: Fritidsboliger, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet: 34.

Voytenko Palgan, Y., et al. (2017). "Sustainability framings of accommodation sharing." Environmental Innovation and Societal Transitions **23**: 70-83.